

El hipertexto electrónico como base para reconfigurar la actividad periodística

Angèle Murad¹

Universidade Federal Fluminense

Río de Janeiro/ BRASIL

La herramienta del hipertexto electrónico crea las bases para reconfigurar la actividad periodística al proporcionar nuevas prácticas de escritura y lectura, favoreciendo la intertextualidad y una nueva relación entre autor-obra-lector.

La gran explosión

El mundo de la comunicación está en plena ebullición. Amparadas en las tecnologías digitales y en la convergencia multimedia, las transformaciones alcanzan tanto la estructura y propiedad de los medios y canales de comunicación, cuanto la investigación, producción y difusión de la información. El objetivo principal de este trabajo es demostrar cómo la herramienta del hipertexto electrónico, empleada en la producción de los contenidos de Internet, crea las bases para nuevas prácticas de escritura y lectura de textos. El objetivo secundario de este texto es destacar las posibilidades que se abren para la actividad periodística.

Parto de la premisa de que la técnica es una invención humana inserta en el mundo social, producto de relaciones políticas, económicas y culturales, y también agente transformador del hombre, de la cultura y de la sociedad. Creo que, en este sentido, la actividad periodística en la red, es el resultado de la creación de nuevas estructuras y de la remodelación de configuraciones existentes.

Yo no tengo la pretensión de evaluar la producción periodística en la red, sino enumerar las potencialidades del hipertexto, como la diversidad de voces, la organización

¹ Angèle Murad es periodista con maestría en Comunicación, Imagen e Información por la Universidad Federal Fluminense (UFF), Brasil. Ocupa desde 1998 la Secretaría adjunta de Comunicación del Ayuntamiento de Vitória, Estado do Espírito Santo, Brasil. Su correo electrónico es: amurad@vitoria.es.gov.br

multilinear, la heterogeneidad y la reconfiguración de la autoría. A título de ejemplo, enumero experiencias de publicaciones digitales brasileñas.

Organizo las ideas en tres bloques. Primero muestro la génesis de la herramienta "hipertexto" para la base informática. A continuación presento los principios del hipertexto relacionándolos con conceptos como interactividad y digitalización. Por último relaciono algunas posibilidades y cuestiones referentes a la aplicación de esta tecnología para el periodismo digital.

La idea del hipertexto electrónico fue enunciada por Vannevar Bush en 1945, en el artículo "As we may think", en el cual describió el Memex, dispositivo capaz de ayudar a los estudiantes frente a la exposición de informaciones y a las dificultades en seleccionarlas para su uso. Basándose en el funcionamiento de la mente, Bush propuso un índice asociativo paralelamente al índice clásico, en el cual los textos mantenían relación entre sí, independientemente de la clasificación jerárquica.

La máquina imaginaria de Bush abrió camino a la configuración de la textualización virtual, con la concepción de bloques de textos unidos por enlaces electrónicos dispuestos en forma de red. El término "hipertexto" fue acuñado en los años sesenta por Theodore Nelson, para expresar la idea de escritura / lectura no lineal de un sistema de informática. Según Nelson, el hipertexto representa la escritura no secuencial - texto, que se ramifica y permite elecciones al lector y que es mejor leído en una pantalla interactiva.

Con base en la informática, esto se traduce en un conjunto de nudos (palabras, páginas, imágenes, gráficos, secuencias sonoras y documentos complejos) no relacionados linealmente, y sí con conexiones de tipo reticular. El término "hipertexto" es usado para designar la forma de texto electrónico, la nueva tecnología y también el modo de publicación.²

² La concepción de organizar información por asociación no es exclusiva de la informática, estando ya presente en el enciclopedismo. Aunque limitada, la conexión de bloques de textos se verifica en la escritura con la nota pie de página. Hay también novelas escritas en forma hipertextual en las cuales el lector ensaya diversas formas de recorrer la lectura.

El hipertexto electrónico se funda en un ambiente informático que favorece la interacción amigable con la representación icónica de las estructuras de información y de los comandos. Otros elementos de este ambiente son la pantalla gráfica de alta resolución, los menús que orientan a los usuarios y el ratón, el cual permite el uso de forma intuitiva. Pero el hipertexto también revela los inconvenientes de una superficie reducida para el acceso directo en un mismo instante, como si fuese un paquete replegado.³

Según Pierre Lévy (1993, p.25 - 26) la estructura del hipertexto se constituye a partir de seis principios interrelacionados:

1. El primero es el **principio de la metamorfosis**: la composición, extensión y configuración de la red hipertextual están en constante cambio y esto se debe a la permanente abertura de la red al exterior.
2. El segundo, el **principio de la heterogeneidad**: textos, sonidos e imágenes son integrados por la digitalización y componen un lenguaje único.
3. Tenemos también el **principio de multiplicidad y de encaje de las escalas**: la organización del hipertexto es fraccional, o sea, cualquier nudo o conexión se revela compuesto por toda la red. Cada hipertexto es un subhipertexto de un hipertexto mayor.
4. Cuarto, el **principio de movilidad de los centros**: la red hipertextual no tiene un centro único, sino diversos centros móviles y temporarios entorno de los cuales se organizan infinitos rizomas:
5. **Principio de la exterioridad**: la red se encuentra permanentemente abierta al exterior. Las fronteras entre lo que es interior y lo que es exterior del hipertexto son móviles.
6. **El principio de la topología**: la red se constituye en el propio espacio en el cual son trazados distintos recorridos hipertextuales. La red funciona sobre la base de

³ LÉVY, Pierre (1993) . “As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática”. Rio de Janeiro. Ed. 34, p. 36.

la proximidad a medida que los enlaces electrónicos aproximan espacios y temporalidades.

Las características que reconfiguran la escritura y la lectura en el ambiente informático se fundan en estos principios. Es necesario destacar que no existe un hipertexto general, y sí niveles de hipertexto contruidos a medida que se tornan concretas las potencialidades de la herramienta.

A continuación, relaciono estos principios con algunos conceptos.

El **principio de la conexión** en red se traduce en la **multiplicidad**, o sea, en los múltiples caminos posibles de lectura lineal recorridos por el lector gracias al hipertexto. A la **multilinealidad** se conjugan las nociones de **descentralización / recentralización y ruptura de jerarquía**. La red no tiene un núcleo central sino centros provisorios. A partir de cualquier nudo es posible llegar a los otros eslabones por medio de conexiones plurales. Al establecer su recorrido, cada lector configura una linealidad específica, provisional, de acuerdo con sus intereses.⁴

En la práctica, esto significa que ningún lector está sujeto a un tipo de organización particular de jerarquía informativa aunque ésta pueda ser sugerida en alguna escala por el autor.⁵ El hipertexto potencializa así la lectura multisequencial y la construcción de sentidos, ambas nociones ya presentes en el soporte impreso.⁶ La nota de pie de página en los libros es un buen ejemplo del hipertexto en el soporte impreso.

Además de esto, el hipertexto electrónico favorece y fortalece la intertextualidad, o sea, la abertura del texto al exterior con fronteras que son temporales y móviles. El concepto

⁴ PALÁCIOS, Marcos. "Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva". Disponible en: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>.

⁵ Del punto de vista de producción, el hipertexto electrónico puede presentar una estructura axial y/o en red. Al adoptar la primera, el autor propone la estructura lineal del texto impreso como eje primario de organización siendo que los complementos irradian del texto en forma de árbol. La adopción de la segunda estructura presupone una organización dispersa y en centros múltiples. Véase LANDOW, George P. (1997). "¿Qué puede hacer el crítico? -La teoría crítica en la edad del hipertexto". Barcelona. Paidós, p. 41.

designa el acto de conectar textos de sitios distintos a partir de temáticas semejantes.⁷ Se refiere también a la abertura del texto al lector situado fuera del hipertexto, aunque provisionalmente.

En ese sentido, André Parente⁸ relaciona la intertextualidad con los procesos de lectura, es decir, a la red de interconexiones de sentidos. El grado en el cual se da esta abertura, denota los niveles del hipertexto electrónico que van desde el más sencillo, cuando la contribución del lector se limita a la selección del recorrido de lectura, a los más complejos en los cuales el lector puede añadir más texto y éste ser compartido por más lectores.⁹

De ahí proviene otra característica potencial del hipertexto, que es la **diversidad de voces**, es decir, la posibilidad de que un texto no sea elaborado por apenas una persona. Esto coloca en entredicho los papeles del autor y del lector. En la práctica, puede significar la producción de una obra colectiva y anónima.

La **intertextualidad** se encuentra entonces asociada al concepto de **interactividad**, el cual representa la capacidad de interacción entre obra y lector. La **interactividad** tiene un nivel más elemental (que llamamos de reactivo), en el cual la elección del lector se hace a partir de un abanico de opciones dadas. Otro nivel de mayor complejidad se alcanza cuando hay la interacción mutua. Cuando esto ocurre, se van disolviendo las fronteras entre lector y escritor. En este nivel "la separación entre autor y lector será apenas una contingencia nunca absoluta y reversible a cualquier momento".¹⁰ Los polos emisor y

⁶ Sobre la virtualización del texto, ver LÉVY, Pierre (1996). *O que é virtual?* São Paulo. Ed. 34. Capítulo 3: A virtualização do texto, p. 35-49.

⁷ El término intertextualidad se diferencia del de intratextualidad respecto a la conexión de textos localizados en un mismo sitio que guardan relación temática entre sí.

⁸ PARENTE, André (1999). "O hipertextual". En *Famecos*. Disponible en: <http://ultra.pucrs.br/famecos/10-17.html>.

⁹ LANDOW. *op.cit*, nota 6, p. 26.

¹⁰ MACHADO, Arlindo. "Hypermedia: the labyrinth as metaphor". Disponible en: <http://www.pucsp.br/~cos-puc/arlando/hypermed.htm>.

receptor son intercambiables y dialogan entre sí denotando la bidireccionalidad del proceso.¹¹

El concepto de intertextualidad se asocia también a la característica de ausencia de cierre del hipertexto electrónico. La permanente abertura del texto al lector frustra la expectativa de un fin que proviene de la narrativa tradicional. Las múltiples conexiones posibles amenazan el cierre habitual, pues estimulan al lector a comenzar a leer un nuevo texto sin haber terminado el anterior. Esto conlleva incertidumbres relativas al fin del texto, a la cantidad que fue leída y a lo que aún resta por leer.

La metáfora del laberinto ayuda a entender cómo se da la experiencia de lectura en el hipertexto electrónico.¹² El laberinto es, para los griegos, una pieza de arquitectura que representa el máximo grado de complejidad para la mente humana. El problema para el visitante no es encontrar la salida y sí seguir, sin perderse, experimentando todos los posibles caminos. La lectura hipertextual se revela, pues, una invitación a una expedición exploratoria sin mapa.

El navegador que carece de visión general del laberinto, tiene que decidir en cada bifurcación y necesita ser inteligente para no dar infinitas vueltas. La lectura de un hipertexto electrónico tiene, así, las siguientes características: **multiplicidad de posibilidades de experiencias, de tiempo y espacio simultáneas; obligación de decidir localmente; y desconocimiento de la totalidad del hipertexto.**

El hipertexto electrónico y el periodismo

A partir de las características y principios del hipertexto electrónico, paso a mostrar las implicaciones que esta tecnología aporta al periodismo. En primer lugar, el **principio de**

¹¹ PRIMO, Alex F.T., CASSOL, Márcio, B.F. “Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias”. En *Espiral Interativa*. Disponible en: <http://usr.psyco.ufrgs.br/~aprimo/pb/espiralpb.htm>.

¹² MACHADO. *op. cit.* nota 11

la metamorfosis se traduce en la posibilidad de actualizarse e incrementar información a cualquier momento tornando la cobertura periodística más ágil.

Tener un periodismo en tiempo real es un desafío. Primero, porque existen las dificultades técnicas de operacionalizarlo - incluyendo ahí el uso y las limitaciones de los programas de edición en Hache-Te-Eme-El.

Segundo, porque el propio modelo tradicional de producción periodística está pautado en horarios rígidos de cierre de ediciones. Entonces, la mayoría de los periódicos digitales adoptan una opción intermedia, que son los servicios de últimas noticias.¹³ En general son resúmenes de los acontecimientos más recientes, accesibles a partir de un enlace electrónico colocado en la página inicial. Existen también iniciativas de actualizaciones diarias de los titulares y llamadas de primera página.

El gran desafío para el lector de una publicación digital es convivir con la angustia de no tener dominio de la red, de desconocer su extensión y sus configuraciones constantes. En este sentido es loable la iniciativa del sitio del periódico brasileño *Folha de São Paulo*,¹⁴ el cual indica el horario cuando fue actualizada la página, intentando promover la actualización en tiempo real.

Además de la inclusión de informaciones, la red hipertextual estimula cambios constantes en el diseño de la página que necesitan ser realizados sin que amenacen las relaciones de referencia del lector con el vehículo. Algunos elementos deben ser mantenidos para permitir esta identificación.

El **principio de la heterogeneidad** representa para el periodismo digital el uso de recursos como textos, fotos, imágenes, mapas y audio integrados en el mismo mensaje. El texto no siempre es la mejor forma de comunicar, el uso de imágenes o de audio puede tornar la información más creíble o impactante. El **principio de la heterogeneidad**

¹³ Ejemplos de estos servicios: “Plantão, do Globo On” (<http://www.oglobo.com.br>), Índice General de Noticias, Revista *Época* (<http://www.epoca.com.br>).

¹⁴ <http://www.uol.com.br/fsp/>

también indica la conexión de informaciones con temporalidades y espacialidades diferentes.¹⁵

En lo que se refiere a las temporalidades, una práctica común ha sido la de hacer disponibles los archivos de las ediciones pasadas mediante servicios de búsqueda o de enlace electrónico con las fechas de publicación. Dependiendo del vehículo, el acceso a los archivos puede ser o no tarifado.¹⁶ Otra aplicación restringida a algunos asuntos y periódicos es remitir al lector, por medio de enlace electrónico o de mecanismos de búsqueda, la información o materiales de archivo para mejor contextualizar la noticia.¹⁷

La heterogeneidad procede directamente de las tecnologías digitales que permiten guardar la memoria de los vehículos. Un ejemplo, en este sentido, es la iniciativa de periódicos de digitalizar contenidos editoriales anteriores a la era electrónica, incluso muy antiguos y hacerlos disponibles en la red. El periódico norteamericano *Chicago Tribune*, por ejemplo, invierte en el montaje de un banco de datos que dentro de tres años deberá permitir el acceso a artículos publicados desde mil ochocientos cuarenta y nueve.¹⁸

En cuanto a la multiplicidad de experiencias espaciales (esto es, el **principio de la topología**) se constata que a diferencia del periódico impreso, con espacios limitados y homogéneos para la disposición de las noticias, en la publicación digital la red hipertextual aproxima asuntos distintos y permite ir de un lado al otro mediante un simple

¹⁵ A título de ilustración, ver la página 50 años de la revista *Época* (<http://www.epoca.com.br>), que reúne los enlaces electrónicos para materias que de alguna forma se relacionan al tema, publicadas en varias ediciones.

¹⁶ El *JB on line* (<http://www.jb.com.br>), por ejemplo proporciona gratuitamente los archivos de las últimas siete ediciones. Después de ese plazo el servicio se paga.

¹⁷ El área de deportes es un buen ejemplo. La página del *Globo On* (<http://www.oblobo.com.br>) ha incorporado la retrospectiva de los juegos anteriores, la programación de los próximos certámenes y la cobertura de los últimos eventos. Por otro lado, el sitio del Estadão (<http://www.estadao.com.br>) ofrece informaciones sobre el Campeonato Brasileño de Fútbol los goles, campañas y encuentros de los equipos.

¹⁸ El proyecto del periódico consiste en que el público tenga acceso a un banco de datos por medio de bibliotecas. Ver OUTING, Steve. "Em defesa da digitalização de arquivos antigos". En *Mundo Digital*. Disponible en: <http://www.uol.com.br/internet/colunas/parem/par271099.htm>.

clic (activar con el ratón). Se añade a esto el hecho de que Internet atrae lectores, no tanto criterios geográficos, y sí por interés temático.

Las nuevas relaciones con el tiempo y el espacio engendradas por el hipertexto electrónico se reflejan en la interacción entre las esferas local y global. También en el medio digital el periódico continúa siendo una preciosa fuente de noticias locales. Lo que se abre es la posibilidad de conectar en tiempo real la esfera local a la global.

La heterogeneidad de las conexiones permite un mejor tratamiento de la información en términos visuales y de contextualización, pero exige particular cuidado en la explotación de los recursos. El gran desafío para los periodistas consiste en enriquecer la información y al mismo tiempo garantizar su acceso. La explotación de recursos de audio y video aún encuentra límites de orden técnico que se traducen muchas veces en lentitud de conexión.¹⁹

Es necesario tener dominio completo del recurso técnico para poder explotarlo bien, como servicio al lector, sugiriéndole un mínimo de orientación a través del menú y también permitiéndole la expedición exploratoria si así es su deseo. Los enlaces electrónicos deben representar relaciones coherentes para no confundir al lector quien debe definir sus objetivos para no hacer de la metáfora del laberinto una experiencia angustiante e inútil.

El **principio de la multiplicidad y de encaje de escalas** está representado en el periodismo digital por la conexión en red de las informaciones de forma que de cualquier nudo / asunto el lector sea capaz de alcanzar otro punto. Lo ideal es que el lector no

¹⁹ Se suma al tiempo de descarga lenta la legibilidad deficiente: según el Instituto Nielsen, leer en la Web es 25% más difícil que en un periódico por causa de la resolución de la tela. Estudios apuntan que son mejor leídos los textos en línea con frases cortas y de estructura gramatical sencilla. Ya los enlaces electrónicos en medio del texto se revelan un estorbo para la lectura una vez que pueden desviar la atención del lector que está leyendo la noticia como una imagen. Sobre cómo escribir en la Net, ver RICH, Carole. “Redação jornalística para a Web”. Traducción de José Antônio Meira da Rocha/Agência Experimental de Jornalismo da Unisinos. [S.I.:s.n., 19--] Sobre cómo se piensa por imágenes, consultar DAMÁSIO, Antônio R. (1986). “O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano”. São Paulo. Companhia de Letras.

necesite dar más de tres clics para obtener la información deseada, según Bill Skeet, proyectista norteamericano en el área de nuevos medios de comunicación.²⁰

El sitio periodístico debe utilizar recursos que faciliten la navegación y la localización de los usuarios dentro del sitio. La herramienta más usada es el menú, presente en todo el sitio, generalmente en la parte superior o lateral de la página. Aunque la estructura en red sea propia del hipertexto electrónico, la edición también puede beneficiarse de su estructura axial que recuerda al producto impreso auxiliando la navegación. La metáfora del periódico ayuda al lector a crear familiaridad con el producto digital,²¹ llevando la mayoría a reproducir en el medio digital las secciones del producto impreso.²²

La estructura en red permite al lector saltar de un texto a otro, permitiendo tanto la lectura lineal clásica, como recorridos individuales conforme sus deseos e intuiciones. De esta forma elige, aunque momentáneamente, el centro de su interés. Esta movilidad puede traer un problema: el lector puede conectarse a todos los textos, probar muchos recorridos pero no la totalidad de ninguno de ellos.

Además de la tarea de orientar al usuario, el sitio periodístico tiene que atender a los distintos tipos de lectores, organizando las informaciones en niveles del más superficial al más profundo. Según Rich,²³ cada asunto tiene un micro elemento, es decir, la esencia de la historia, que debe ser lineal y coherente. Los macro elementos son las informaciones contextuales y deben ser organizados de tal forma que permitan atender los diferentes niveles de información demandados por el lector.

²⁰ Citado por OUTING, Steve. "Grupos editoriais levam a sério a questão dos lucros na Net". En *Mundo Digital*. Disponible en: <http://www.uol.com.br/internet/parem/par1811.htm>.

²¹ MCADAMS, Melinda (Julio, 1995). "Inventing an Online Newspaper". Disponible en: listenerserver@guvm [listenerserver@guvm.georgetown.edu]

²² A pesar del gran esfuerzo para dar tratamiento diferenciado a la página inicial del sitio muchas publicaciones digitales optan por mantener la referencia de la edición impresa. Uno de los medios es publicar en el sitio WWW la imagen de la portada de la edición impresa. Hay también periódicos que insisten en el modelo facsímil, reproduciendo la capa impresa como página inicial del sitio como es el caso de la *Hora do Povo on line* (<http://www.horadopovo.com.br>). Lejos de ayudar al lector a familiarizarse con el producto digital tal práctica revela la baja explotación de los recursos hipertextuales.

²³ RICH. *Op. Cit.*. Nota 20.

Dos buenas referencias en cuanto a la aplicación de este concepto son los sitios del periódico brasileño *O Globo* (<http://www.oglobo.com.br>) y la revista *Encruzilhada*,²⁴ publicación en las áreas de medios de comunicación y cultura. La página inicial de *Globo On* presenta titulares enlazables que remiten a los artículos que a su vez traen enlaces electrónicos para otras informaciones afines y detalladas, incluyendo documentos íntegros y la capa anterior relacionada con el asunto. La propuesta de la revista *Encruzilhada* sigue una línea semejante: en cada edición son abordados dos temas - uno relacionado a los medios de comunicación y otro a la cultura, presentando sus principales aspectos y enlaces electrónicos para mayor profundidad.

La demanda de diferentes niveles de interés por parte del lector es alimentada por el principio de exterioridad y de la conexión en red. La abertura permanente del texto al exterior contribuyó para el enriquecimiento de la información periodística. Sin embargo, la intratextualidad viene siendo más explotada por las publicaciones digitales que la intertextualidad.

Dos buenas indicaciones de explotación de intertextualidad son el periódico brasileño *Jornal do Brasil*²⁵ y el *Globo On*.²⁶ Los enlaces electrónicos generalmente remiten a sitios cuyos contenidos se relacionan con la temática de las editoras. Aunque no sea una práctica estimulada por los vehículos, esto abre la posibilidad de, en algunos casos, permitirle al lector obtener más fácilmente las informaciones de las fuentes originales y confrontarlas con las publicadas en el periódico digital.

²⁴ La revista *Encruzilhada* es el resultado de un proyecto final del curso de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais, desarrollada por los alumnos Bernardo Esteves y Carlos F. d'Andréa en 1999 bajo la orientación de los profesores Elton Antunes y Regina Mota. Consultar: <http://www.encruzilhada.cjb.net>

²⁵ Véase: <http://www.jb.com.br>

²⁶ El *Jornal do Brasil* en línea (<http://www.jb.com.br>) trae, por ejemplo, en la sección de Economía, una lista de enlaces electrónicos relativos a la editorial con direcciones de sitios electrónicos de Amnistía Internacional, de la Organización Internacional del trabajo (OIT), el Banco Mundial, al FBI, la CIA, Intel, la Organización de las Naciones Unidas entre otros. La misma práctica ha sido la del *Globo On* (<http://www.oglobo.com.br>) en la sección de Deportes, el cual ha incorporado enlaces electrónicos para sitios de clubes, federaciones y asociaciones deportivas y páginas personales de deportistas; por otro lado desde la página de educación es posible emigrar a sitios de varias universidades brasileñas.

El **principio de la exterioridad** conlleva un desafío para el lector, que es el de conciliar la posibilidad de tener acceso a más y más información con la angustia que esta sobreabundancia puede traer, es decir, la sensación de que aún falta mucho por conocer y no se sabe la dimensión real de la red intertextual. Por otro lado el desconocimiento de la totalidad y la falta de cierre característicos del hipertexto electrónico pueden ser explotados para transformar la lectura en una invitación a la exploración.

La apertura del texto al exterior remite a la cuestión de interactividad practicados en las publicaciones digitales. El nivel uno se caracteriza por la posibilidad de entrar en contacto con periodistas o webmasters del sitio por medio de correos electrónicos (e-mails) para hacer reclamaciones, dar sugerencias o solicitar informaciones.

El nivel dos contempla las experiencias en que el lector es llamado a opinar a partir de opciones dadas.

El nivel tres comprende las prácticas en las cuales el lector contribuye a la elaboración de la noticia, insertando comentarios al texto publicado.²⁷

Los niveles uno y dos indican la interacción relativa y son ampliamente practicados en el periodismo digital. Periódicos y revistas hacen disponibles para los lectores los correos electrónicos de editores, columnistas y jefes de reportajes y/o caja electrónica de la redacción. Otra práctica común es hacer consultas en línea sobre asuntos polémicos que componen la actual agenda periodística o sobre la edición de los periódicos.²⁸ En lo que se refiere al abanico de respuestas ofrecidas en algunos casos, el lector es llamado para decidir entre sí y no, en otros, tiene que escoger una de las opciones ofrecidas.

²⁷ MORAES, Maira (s/f). “Produtos interativos para consumidores multimedia: discutindo a interatividade na era dos bits”. Bahia, 199-

²⁸ En el *Globo On*, por ejemplo, los lectores opinan sobre la elección del titular, caricaturas, fotos y artículos de primera página por medio de las opciones sí o no.

Hay también un servicio interactivo conocido como “foro”, en el cual el lector haciendo uso de un formulario, a partir de una pregunta semiabierta escribe su opinión. Al enviarla, ésta pasa a estar disponible en la red con las opiniones de otros lectores.²⁹

Ya el nivel 3, el cual representa la interacción mutua, viene siendo practicado sobre todo por publicaciones digitales de universidades y centros de investigación en comunicación. Un ejemplo es la Revista *Encruzilhada*, proyecto relacionado con la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG). La publicación tiene dos dimensiones que son complementarias: en la web, la revista introduce los temas y una lista de discusión en la que los lectores pueden debatir con todos los inscritos los asuntos de cada edición.

Otra experiencia interesante es la del *Planeta Virtus*,³⁰ desarrollada por alumnos de Comunicación de la Universidad Federal de Pernambuco. El proyecto experimental también parte de contenidos temáticos. El lector es llamado a dar su opinión sobre un asunto rellenando un formulario. Al enviarla, su opinión pasa a componer inmediatamente el pie de página.

La nueva relación que el hipertexto electrónico diseña entre el autor y la obra coloca en jaque la propiedad intelectual. El propio ambiente telemático marcado por la volatilidad y la fugacidad de contenidos torna frágil la aplicación de las leyes. Los debates sobre derechos autorales como la apropiación de fotos y artículos están en la agenda del día. Las indicaciones en la netiqueta, aunque positivas, se muestran frágiles para hacerse cargo de cuestiones tan complejas como ésta.³¹

²⁹ A manera de ejemplo, ver el *Fórum*. Disponible en: <http://www.istoe.com.br>

³⁰ Véase: *Planeta Virtus* (<http://www.cac.ufpe.br/actvirt/planeta/>)

³¹ Sobre esta discusión ver BOURDIER, Jean-Charles. “La révolution des technologies de l’information”. Texto disponible en el CD *Sociocibernética e Comunicação*, organizado por el prof. Dr. Delfim Soares, de la Maestría en Comunicación, Imagen e Información de la Universidad Federal Fluminense.

Estudio de los usos

La práctica de la textualidad electrónica, amparada en redes de alta velocidad y en las tecnologías digitales, explica los cambios en el mundo de la comunicación y en la actividad periodística. La multiplicidad de experiencias en la red y las interfases con el periodismo impreso tornan difícil delinear los contornos y los caminos del periodismo digital.

Las experiencias en la red revelan que este modelo es el resultado de la creación de nuevas estructuras y de la remodelación de configuraciones existentes, tornándose imperativo cuestionar los propios conceptos y categorías que tradicionalmente caracterizan los vehículos de masa y que no se aplican en Internet.³²

Si por un lado, el modelo de periodismo digital se encuentra en construcción lo que torna el campo inestable y nubloso en cuanto a escenarios futuros, por otro lado no pueden ser subestimadas las prácticas ejecutadas en la red. Al final de la década de los 80- cuando proveedores americanos comenzaron a ofrecer servicios de noticias personalizados- hasta hoy las experiencias en la red se multiplican.

Urge por tanto la investigación aplicada a estas experiencias, de forma que permita identificar los usos culturales en la red, pautados por niveles diferenciados de aplicación de las potencialidades ofrecidas por el hipertexto electrónico. Al final el potencial de la textualidad electrónica se realiza en las conexiones y en los nudos de la red hipertextual transformándose y recreándose a partir de sus usos.

³² Sobre la necesidad de desarrollar nuevos modelos teóricos para comprender la Internet, ver MORRIS, Merrill, OGAN, Cristine. "The Internet as mass medium". Disponible en: <http://www.usc.edu/detp/annenberg/vol1/issue4/morris.html>

BIBLIOGRAFIA

BOURDIER, Jean-Charles. “La révolution des technologies de l’information”. Texto disponible en el CD *Sociocibernética e Comunicação*, organizado por el prof. Dr. Delfim Soares, de la Maestría en Comunicación, Imagen e Información de la Universidad Federal Fluminense.

DAMÁSIO António R. (1986). “O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano”. São Paulo. Companhia de Letras.

JUNIOR, José Afonso da Silva (1998). “Interatividade e jornalismo on-line : possibilidade de reconfiguração do jornalismo contemporâneo na sociedade da informação”. En: *NICOM*, Salvador, out.

LANDOW, George P (1997). “¿Qué puede hacer el crítico? La teoría crítica en la edad del hipertexto”. Barcelona. Paidós.

LÉVY, Pierre (1996). “O que é virtual?” São Paulo. Ed. 34

LÉVY, Pierre (1993). “As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática”. Rio de Janeiro. Ed. 34

MORAES, Maira (s/f). “Produtos interativos para consumidores multimedia: discutindo a interatividade na era dos bits”. Bahia.

RICH, Carole (s/f). “Redação jornalística para a Web: um estudo para o Instituto Polynter de Estudos de Mídia”. Tradução de José Antônio Meira da Rocha/Agência Experimental de Jornalismo da Unisinos.

REFERENCIAS WWW

Folha de São Paulo: <http://www.uol.com.br/fsp/>

Isto é: <http://www.istoe.com.br>

Globo On: <http://www.oglobo.com.br>

Hora do Povo on line: <http://www.horadopovo.com.br>.

JB on line: <http://www.jb.com.br>

LANDOW, George P. “Hypertext : the convergence of contemporary critical theory & technology”. Disponible en: <http://landow.stg.brown.edu/nt/contents.html>.

MACHADO, Arlindo. “Hypermedia: the labyrinth as metaphor”. Disponible en: <http://www.pucsp.br/~cos-puc/arlindo/hypermed.htm>

MANTA, André. “Guia do jornalismo na Internet. Disponible en: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/guia/cap02.htm>

MCADAMS, Melinda (Julio, 1995). “Inventing an Online Newspaper”. Disponible: listenerserver@guvm [listenerserver@guvm.georgetown.edu]

MORRIS, Merrill, OGAN, Cristine. “The Internet as mass medium”. Disponible en: <http://www.usc.edu/detp/annenberg/vol1/issue4/morris.html>.

MURAD, Angèle (1999). “Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet”. En *Cibeleghenda*. No.2. Disponible en: <http://www.uff.br/mestcii/angele1.htm>.

OUTING, Steve. “Grupos editoriais levam a sério a questão dos lucros na Net”. En *Mundo Digital*. Disponible en: <http://www.uol.com.br/internet/parem/par1811.htm>.

OUTING, Steve. “Em defesa da digitalização de arquivos antigos”. En *Mundo Digital*. Disponible en: <http://www.uol.com.br/internet/colunas/parem/par271099.htm>.

PALÁCIOS, Marcos. “Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva”. Disponible en: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/palacios/hipertexto.html>.

PARENTE, André (1999). “O hipertextual”. En *Famecos*. Rio Grande do Sul, Disponible en: <http://ultra.pucrs.br/famecos/10-17.html>.

Planeta Virtus: <http://www.cac.ufpe.br/actvirt/planeta/>

PRIMO, Alex F. T. , CASSOL, Márcio, B. F. “Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias”. En *Espiral Interativa*. Disponible en: <http://usr.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/esprialpb.htm>.

PRIMO, Alex F. T. “Seria a multimídia de fato interativa?” En *Espiral Interativa* Disponible en: <http://usr.psico.ufgrs.br/~aprimo/pb/esprialpb.htm>

Encruzilhada: <http://www.encruzilhada.cjb.net>

Época: <http://www.epoca.com.br>